

外国人留学生のビジネス日本語コースに対するニーズ調査

福富七重・佐藤恵美

要 旨

南山大学外国人留学生別科のビジネス日本語のコースで学ぶ学習者はほとんどが交換留学生である。留学後は国に帰り母国の大学で学業を続けるため、帰国後すぐに日本で就職する学生は少ない。また、会社で働いた経験もほとんどないに等しい。既に学習ニーズが備わっているビジネスマンや社会人の学習者と異なり、留学生が対象の場合、学習内容は教師が提供し、与えていく必要がある。多岐に渡る「ビジネス日本語」の何を、どのくらい教えるかは教師の一つの悩みどころである。そこで、ビジネス日本語を履修する学習者が、①どのような学習ニーズを持ってビジネス日本語を履修するのか、②コース終了時に更に学びたかったことは何か、についてアンケート調査を行った。その結果、多くの留学生がコース開始時に「敬語」やビジネス業務に関する「知識」「実践的なこと」を学習したいと考えて臨み、コース終了時は、「実践的なこと」「就職活動」についてのニーズ、関心が高まることがわかった。

キーワード：ビジネス日本語、留学生、ニーズ、敬語、ビジネスの知識

1. 目的

南山大学では、将来日本語を使ってビジネスに携わりたいと考える学生のため、中級レベルの学生を対象としたIntroduction to Business Japanese（以下IBJ）と準上級～上級レベルの学生を対象としたBusiness Japanese（以下BJ）の二つのコースを開講している。どちらのコースでも、ビジネスに必要な敬語、習慣、マナー、会話などを主な学習項目としている。これらの学習項目は留学生が対象のビジネス日本語として、教師側が必要だと考えたものである。

「ビジネス日本語」というと具体的には、何を学ぶコースだろうか。経済や経営に関する新聞記事を読む、日本のビジネスのやり方について学ぶ、日本人特有のビジネスについての考え方を学ぶ、敬語やビジネス会話を勉強するなど、多岐に渡る。学習者がビジネスマンであれば、学びのニーズやレディネスがすでに備わっているが、日本はもとより、自国でも就労経験がほとんどない学習者が対象のビジネス日本語では何を学習するかを教師

が提供していく必要がある。ビジネス日本語において、実際に学習者は何を学びたいと思ってコースを選択するのか、また、コースを選択した学習者が学習したいことや、期待していることとコースの学習内容に相違はないのかという疑問が浮かぶ。

以上を出発点に、ビジネス日本語を履修する交換留学生が、①どのような学習ニーズを持ってビジネス日本語を履修するのか、②ある程度知識を得たコース終了時に更に学びたい、学びたかったことは何か、を明らかにし、現在のシラバスの妥当性を検討するために調査を行った。

この調査により、教師は学習者のニーズを把握し、授業内容の再検討ができる。また学習者も自分が授業で習得した事を振り返り、何が必要か再度考える機会となるであろう。そして、実際にビジネスに携わり、外国人の採用を考えている企業の方には日本での就職を考える留学生がどんな能力を必要だと考え、身につけたいと考えているのかを知るヒントにもなり得るのではないだろうか。

2. コースの説明

南山大学で学ぶ留学生の特徴として、次のことがあげられる。まず、学生のほとんどが大学生で、約4カ月から2年間、留学生として日本語を学ぶ。南山大学での留学終了後は、国に帰り母国の大学で学業を続ける場合がほとんどで、すぐに就職する学生は少ない。その点では就職するまでの時間に猶予があり、卒業後すぐ就職を考えなくてはいけない留学生とは異なる。また、欧米、特にアメリカからの留学生が多いことも特徴である。

IBJもBJも、どちらのクラスも日本のビジネスに関心があり、将来日本語を使って、日本の会社で働いたり、日本と関係のある仕事をしたりしたいと考える学生のためのコースである。

対象とする学習者の日本語の能力は、IBJは中級レベルで、BJは準上級から上級レベルである。目標としてはIBJでは、ビジネスで必要とされる能力の基礎的な力を育成することであり、敬語・ビジネスマナー（挨拶・名刺交換）、ビジネス会話（電話応対、アポイントを取るなど）を学ぶ。それに対し、BJでは、ビジネスで必要とされる能力の基礎的な力の強化と運用能力をつけることを目標としている。内容は、敬語、日本のビジネスの特徴についての学習、就職試験対策、名刺交換と他社訪問、電話応対、ビジネス文書などである。

どちらも選択コースであり、履修できる日本語レベルに制限がある。また、各コースは1学期で修了であり、IBJとBJを続けて取れる学習者はそれほど多くない。

3. 調査方法

2015年秋学期（9月～12月）から2017年春学期（1月～5月まで）におけるIBJとBJの履修者を対象に、コースの開始時と終了時に「ビジネス日本語のコースにおいて勉強したいこと」についてのアンケート調査¹⁾を実施した。アンケートは複数回答の記述式で、それぞれの回答の中での記述は次の4つの項目に分類できた。

1. 敬語に関すること
2. 就職活動に関すること（面接など）
3. 日本の会社に関すること
4. ビジネス業務に関すること：
 - 4-1. 知識（ビジネスマナー・ルール・礼儀など）
 - 4-2. ビジネスの実践的なこと（ビジネス会話・電話・Eメールの書き方など）

一人の回答の中にはいくつかの項目が含まれる場合もある。「表1」はアンケートの回答例である。

表1 アンケート回答の例

分類項目		回答
1. 敬語		・敬語の話し方が分かるようにになりたいです。(IBJ) ・正しい敬語の使い方 (BJ)
2. 就職活動		・就職のしかたを勉強したい。(IBJ) ・面接のコツ (BJ)
3. 日本の会社		・もっと勉強したいのは、日本の会社でどのようなことが一般的ですか、ということです。(IBJ) ・日本の仕事制度／システムなど。(BJ)
4. ビジネスの業務	4-1. 知識	・日本のビジネスの特別な習慣。(IBJ) ・会社と商売の礼儀。(BJ)
	4-2. 実践的なこと	・手紙の書き方も勉強したいです。(IBJ) ・会社の面接試験の受け方。(BJ)

4. 結果と分析

4-1. コース開始時のアンケート結果

まず、IBにおけるコース開始時のニーズは「1 敬語」(59.4%)、ビジネスにおける「4-1 知識」(31.3%)、「4-2 実践的なこと」(41%)を学びたいという学習者が多かった(表2)。

表2 ビジネス日本語コースで学びたいこと (Introduction to Business Japanese) 開始時

開始時 IBJ	合計	1 敬語	2 就職	3 会社	4-1 知識	4-2 実践的
人数	32人	19人	3人	2人	10人	13人
% (受講者数の割合)		59.4%	9.4%	6.3%	31.3%	41%

次にBJでは、コース開始時には「1 敬語」(67.6%)、「4-1 知識」(52.9%)が多いことが分かる(表3)。また、「4-2 実践的なこと」(38.2%)も多かった。

表3 ビジネス日本語コースで学びたいこと (Business Japanese) 開始時

開始時 BJ	合計	1 敬語	2 就職	3 会社	4-1 知識	4-2 実践的
人数	34人	23人	11人	10人	18人	13人
% (受講者数の割合)		67.6%	32.3%	29.4%	52.9%	38.2%

IBJとBJを比較すると、どちらのコースも開始時には「1 敬語」、「4-1 知識」、「4-2 実践的なこと」についてのニーズが高かった。相違点としては、コース開始時の「2 就職」のニーズの割合が、IBJでは9.4%であったのに対し、BJでは32.3%と高かった。また、BJにおいては項目における割合が全体的にIBJよりも高い結果となった。

コース開始時の調査の結果を分析して、まず気がつくのは、どちらのコースも「1 敬語」「4-1 知識」が多いことである。学習者は日本のビジネスにおいて敬語は大切だという意識があり、「ビジネス日本語」というと、まず「敬語」のイメージがあるのかもしれない。「敬語の正しい話し方と使い方を習いたい」という回答などがあった。

「4-1 知識」は「ビジネスマナー」「ビジネスの習慣」などの回答である。日本では礼儀が大切で、ビジネスの世界では特に重視されていることを感じていたからであろうか。また、どちらのコースにおいても「4-2 実践的なこと」も多い。これは「電話のことば」「ビジネスの日本語」などの回答であった。知識だけでなく、実際の場面での会話を重視していると言えよう。ビジネス会話は普段の日本語の授業で学習するのとは異なるビジネスにおける日本語として捉えていることが窺える。

次にIBJとBJの学習者のニーズの相違点について見てみる。まず、それぞれの学習者数はほぼ同じであるが、アンケートの回答から得られた項目数がIBJよりBJの方が多く、BJの学習者の方がIBJの学習者より、勉強したい内容が多いことがわかる。これはアンケートに回答する際の日本語力の違いも影響していることも考えられる。そして、BJの学習者は日本語上級クラスの学習者であり、読解等の授業において日本のビジネスや社会に関連した教材を読む機会があり、また授業外においても自分で様々な情報収集ができることから、より日本に対する知識や関心が深いということも一因となっていることも考えられる。一方、IBJの学習者はビジネスに対する知識が少なく、何を学びたいかに関してもどちらかというとな受け身なのかもしれない。

また、BJではIBJよりコース開始時における「2 就職」の割合が高かったことから、日本語力がある学習者ほど、就職活動に関する興味が強いことがわかった。

4-2. コース終了時のアンケート結果

コース終了時にも「ビジネス日本語のコースにおいて勉強したいこと」についてアンケート調査を行った。「表4」「表5」はその結果である。ここでの結果は1学期間のビジネス日本語コースを終了し、その学習を踏まえて「勉強したい」ことである。従って、「コースで学習したが更に学習したいこと」及び「コースで学習しなかったが学習したかったこと、今後学習したいこと」の両方が含まれる。

IBJでは、コース終了時に「2 就職」「4-2 実践的なこと」が多く、「4-1 知識」は少ない結果となった。

表4 ビジネス日本語コースで学びたいこと (Introduction to Business Japanese) 終了時

終了時 IBJ	合計	1 敬語	2 就職	3 会社	4-1 知識	4-2 実践的
人数	33人	7人	9人	6人	4人	10人
% (受講者数の割合)		21.2%	27.3%	18.2%	12.1%	30.3%

次にBJでは、コース終了時には「2 就職」「4-2 実践的なこと」が多い結果となった。そして、「3 会社」は少ない結果となった。

表5 ビジネス日本語コースで学びたいこと (Business Japanese) 終了時

終了時 BJ	合計	1 敬語	2 就職	3 会社	4-1 知識	4-2 実践的
人数	31人	6人	14人	3人	5人	10人
% (受講者数の割合)		19.4%	45.2%	9.7%	16.1%	32.3%

IBJとBJを比較すると、どちらもコース終了時には、「2 就職」「4-2 実践的なこと」へのニーズが高い結果となった。また相違点としては、IBJでは「4-1 知識」が少なく、BJでは「3 会社」が少ない結果となった。

コース終了時の結果を分析するために、コース開始時と終了時の割合を示したのが「表6」「表7」である。

表6 ビジネス日本語コースで学びたいこと (IBJ) 開始時と終了時

IBJ		1 敬語	2 就職	3 会社	4-1 知識	4-2 実践的
% (受講者数の割合)	開始時	59.4%	9.4%	6.3%	31.3%	41%
	終了時	21.2%	27.3%	18.2%	12.1%	30.3%

表7 ビジネス日本語コースで学びたいこと (BJ) 開始時と終了時

BJ		1 敬語	2 就職	3 会社	4-1 知識	4-2 実践的
% (受講者数の割合)	開始時	67.6%	32.3%	29.4%	52.9%	38.2%
	終了時	19.4%	45.2%	9.7%	16.1%	32.3%

IBJとBJを比較すると、まず共通点としてコース終了時に「1 敬語」「4-1 知識」が減少しているが、これはどちらのコースにおいても特に時間をかけて学んだことであり、必要なことは学んだ、身についたと感じられたからであろうか。

「2 就職」については、どちらもコース終了時に割合が増加している。コースでの学習時間が少なく、学習が不十分だと感じたのでであろうか。あるいは、学習者は漠然としたこれまでのビジネス日本語のイメージが、コースで学ぶことでより具体的にものになってきたとも考えられる。特にIBJでは増加の割合が著しい。IBJでは、学習者の日本語レベルが中級であることと、このコースがintroductionという位置付けであることにより、就職対策についてはあまり取り上げていない。そのことが影響し、コース終了時には更に実際に日本で仕事を見つけるために必要な就職活動に関心が出てくるのかもしれない。一方のBJにおいては「就職対策」はコースでの時間が短く、満足できるものではなかったと感じたのでであろうか。コースでは面接試験の練習などで取り上げられるが、それまで日本の就職の仕方を知らなかったが、実際にやってみて、自分の知識不足を感じ、自国との違いがわかり、更に学ぶことの必要性を感じたとも考えられる。

「4-2 実践的なこと」についてはコース開始時に比べ、終了時ではやや減少したものの、どちらのコースにおいても高い結果となり、学習者はビジネスに伴う実践的な活動の練習の必要性を更に感じていることがわかった。特にIBJのコースでは「ビジネス会話」「電話対応」などの練習は行っているが、授業内で行う実践的活動の練習は限られている。BJのクラスでは、より実践的な活動が多くなるが、コース全体の時間を考えるとその練習だけに多くの時間を割くことは難しい。

次にIBJとBJの相違点としては、BJでは、コース開始時と修了時を比べると「2 就職」以外は減少している。自分の中である程度、ビジネスに対する知識がついたと感じたか、今後は自分自身で、あるいは実践の中で学習できると思ったのでであろうか。一方、IBJでは「2 就職」以外に「3 会社」も増加した。「日本の会社を訪問したい」「日本の会社と外国の会社のビジネス」「会社文化の違い」などの回答であった。IBJでは「3 会社」について、あまり授業で取り上げられていないことが理由の一つと考えられる。また、コースでビジネス日本語を学んできたことで、日本の会社についての興味・関心が更に高まったのではないだろうか。一方、BJでは授業の中で学び、ある程度満足した結果と言えるかもしれない。

また、「1 敬語」「4-1 知識」については、IBJもBJもどちらも学期の終わりに減少し

ているが、BJはより大きく減少している。IBJの学習者は敬語についてはコース開始時点で少し学習した、あるいは聞いたことがある程度の場合が多く、コースで敬語を学習するものの、習得し、慣れるのに時間がかかり、コース終了後も敬語のニーズは多少残ると言える。一方、BJの学習者はコース開始の時点で敬語についてのある程度の知識・運用力があり、コース中に更に学習したことで、敬語については十分勉強し、身についたと感じたためであろうか。

5. まとめ・今後の課題

調査の結果を見ると、開始時に学習者が学びたいと思うことで多かったものの順位は、IBJでは「1 敬語」「4-2 実践的なこと」「4-1 知識」で、BJは「1 敬語」「4-1 知識」「4-2 実践的なこと」だった。終了時を見ると、IBJは「4-2 実践的なこと」「2 就職」「1 敬語」であり、BJは「2 就職」「4-2 実践的なこと」「1 敬語」であった。順位の変動はあったが、「1 敬語」「4-1 知識」「4-2 実践的なこと」は学習者の学びたいことであり、教師が身に付けてほしいと考える学習項目でもある。学習者の学びたいことと教師が取り上げたものには、大差がないことがわかった。しかし、終了時にどちらのコースでも「2 就職」について多くの学習者が言及しているということは、今後シラバスを作成する時に考えなければいけないだろう。

ところで、結果を一見すると、学習したいものの総数としては減少傾向である（「表6」「表7」）。しかし、これは単純に減少したということではないと言えよう。開始時は「何も学習したことがないから勉強したい」と考えアンケートで回答したが、終了時に回答したものは、勉強したがもっと勉強したいと考えた数である。そう考えると、学習したいことは減少したのではなく、むしろ増えたと考えられるのではないか。

今回の調査で、現在のシラバスの学習項目に大きな問題は見受けられない。それだけではなく、授業終了後には学習したいことと意欲が増したようだ。しかし、これは、現在においてという前提の上に成り立つもので、今後ずっとこのシラバスのままで良いというわけではない。

教師はシラバスを作成する時には、まず教えるべきことや学習者のニーズを考える。その際、今回の調査のようにアンケートなどで学習者のニーズを知ることは大切であるが、それだけでなく、将来受け入れ先となる企業側の実態と要望を知ることや、実社会で活躍している外国人の経験も参考になるだろう。調査の対象をひろげ、それぞれの意見を知ることにも有用だと思われる。

敬語・マナーなどの知識は大切であるが、ビジネスは授業で学べばそれで終わりということではない。ビジネスの実践の入口の段階である。コースで学習するものは、あくまで

もビジネスの道具の一部であり、それを場面に応じて使いこなせる能力をつけることも大切である。

また、日本社会が魅力のあるものであれば、ニーズが高まるがその逆もあり得る。社会情勢も鑑みつつ、その時々で求められるものを考え、どのようなコースのデザインが有効かを考えていくことが今後の課題であろう。

(注)

- 1) 本調査は南山大学研究倫理審査委員会において倫理審査を受け承認された。承認番号：15-045

参考文献

- 野元千寿子 (2005) 「大学におけるビジネス日本語教育—受講者アンケートを通して見えるもの—」『昭和女子大学大学院日本文学紀要』 16, 13-23
- ヤルディー・ムグダ (2007) 「ビジネスコミュニケーションを中心とした中級向けシラバスの開発—日印ビジネス現場における日本語使用実態調査をもとに—」『日本言語文化研究会論集』 3号, 197-223

Survey of the Needs of Foreign Students Related to Business Japanese Course

Nanae FUKUTOMI, Emi SATO

Abstract

Most of the students in the Business Japanese course at Nanzan University are exchange students. Not many of these students will start working in Japan immediately because they will continue their studies in their home country. The needs of exchange students are different from those who are already working at a company and have specific needs regarding Business Japanese. Thus, it is necessary for the teacher to provide appropriate learning content for them. However, it is not very easy to know what to teach because of the wide range of Business Japanese. Surveys were conducted to find out: ① what foreign students wanted to learn before the course, and ② what they wanted to learn more about after the course.

The results showed that at the beginning of the course students wanted to learn honorific expressions, deepen their knowledge of Japanese Business and develop business skills. On the other hand, at the end of the course, students expressed a heightened interest in learning more about business skills and the Japanese job-hunting system.

KeyWords : business Japanese, foreign students, needs, honorific expressions, knowledge of business